

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dan inovatif perilaku konsumen menuntut perhatian yang lebih dari perusahaan. Mulai dari produk yang berkualitas hingga ketersediaan stok barang yang selalu ada saat mereka membutuhkan. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma tentang logistik, peraturan *inventory* dan transportasi menjadi suatu proses peningkatan nilai tambah dari barang dan jasa (Parwati dan Andrianto, 2009). Di luar sistem manufaktur terdapat suatu sistem yang mengintegrasikan semua rantai mulai dari produsen hingga konsumen tingkat akhir. Sistem ini disebut sebagai sistem rantai pasokan (*supply chain system*). Menyediakan produk dan jasa yang tepat, dan tempat dan waktu yang tepat serta kondisi yang diinginkan dengan tetap tanpa ada perubahan yang fluktuatif memberikan kontribusi yang optimum bagi perusahaan.

Pengelola berbagai kegiatan dalam rangka memperoleh barang mentah, kemudian dilanjutkan dengan proses pengolahan sehingga menjadi produk setengah jadi, selanjutnya menjadi produk jadi dan diteruskan kepada konsumen akhir melalui sistem distribusi, sistem ini yang disebut dengan *Supply Chain Management* (SCM). Inti sari dari *Supply Chain Management* ini adalah adanya sinkronisasi dan koordinasi kearah hulu dan hilir, oleh karena itu aliran informasi dan koordinasi diantara *trading partners* haruslah berjalan dengan baik (Susilo, 2008). Salah satu kelemahan pada *Supply Chain Management* ini adalah aliran informasi yang terdapat didalamnya. Adanya kesalahan permintaan dan kesalahan koordinasi mulai dari *downstream channel* ke *upstream channel* dapat menimbulkan distorsi informasi yang sering disebut dengan peristiwa *bullwhip effect*. Selain distorsi informasi *bullwhip effect* juga menyebabkan inefisiensi pada *supply chain* terutama pada hal ketersediaan produk dan pengiriman produk karena permintaan dari konsumen yang selalu berubah. Kerugian yang ditimbulkan

bullwhip effect tidak hanya pada ketersediaan produk saja tetapi juga pada biaya simpan di manufaktur ataupun *retailer*.

Pada *Supply Chain Management* (SCM), masalah pengendalian persediaan sangat rumit dan penuh tantangan karena seorang perencana harus mempertimbangkan berbagai faktor, contohnya struktur *supply chain*, koordinasi antar tingkatan dan proses berbagi informasi (Jazuli, 2011). Salah satu faktor penting karena akan mempengaruhi proses pengisian persediaan pada pusat distribusi adalah kebijakan pengendalian persediaan yang digunakan oleh masing-masing bagian atau *chain*.

Adanya simpangan yang jauh antara persediaan yang ada dengan permintaan atau yang disebut dengan *bullwhip effect* sering terjadi di perusahaan. Hal tersebut terjadi dikarenakan kesalahan interpretasi data permintaan di tiap-tiap rantai distribusi dan sistem informasi di dalam pendistribusiannya tersebut bersifat dua arah dimana *retailer* menyampaikan informasi permintaan dari konsumen ke distributor lalu menyampaikan informasi ke manufaktur dan sebaliknya (Parwati, 2009).

Assalaam *Hypermarket* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan khususnya *retailer* yang merupakan cabang dari Pondok Pesantren Assalaam. *Hypermarket* ini beralamatkan di Jl. Ahmad Yani No. 308, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah 57102. Assalaam *Hypermarket* menyediakan berbagai macam kebutuhan rumah tangga, mulai dari kebutuhan primer sampai kebutuhan tersier. Perusahaan ini berbasis Islamiah karena memang merupakan cabang dari pondok pesantren.

Assalaam *Hypermarket* adalah perusahaan tempat peneliti melaksanakan penelitian. Pada Assalaam *Hypermarket* terdapat dua jenis barang, yaitu *fast moving item* dan *slow moving item*. *Fast moving item* adalah barang-barang yang pergerakannya cepat dalam artian barang cepat terjual. Contohnya pengadaan barang untuk 1 minggu tetapi barang sudah habis terjual kurang dari satu minggu. Sedangkan untuk *slow moving item*

adalah sebutan untuk barang-barang yang pergerakannya lambat atau bisa diartikan barang tersebut terjual dalam jangka waktu yang lama. Contohnya pengadaan barang untuk 1 minggu tetapi barang tersebut terjual habis dalam waktu satu bulan. Dari keadaan tersebut menjadikan status barang yang ada di Assalaam *Hypermarket* menjadi berbeda. Pada tipe *fast moving item* kekuatan tawar barang berada di perusahaan, jadi perusahaan meminta barang tersebut dari distributor untuk dimasukkan ke Goro Assalaam *Hypermarket*. Sedangkan untuk tipe *slow moving item* kekuatan tawar barang berada di distributor, jadi distributor yang meminta kepada perusahaan agar barang tersebut masuk ke Goro Assalaam *Hypermarket*.

Fokus penelitian ini berada pada *fast moving item* divisi *Non Food Soft Line* kategori HABA & *TOILETRIES*, dikarenakan kekuatan tawar barang tersebut berada di perusahaan. Sehingga perusahaan harus teliti dalam membuat peramalan permintaan barang yang sesuai dengan permintaan pasar. Apabila perusahaan kurang sesuai saat pembuatan permintaan maka akan menimbulkan masalah dibagian persediaan. Apabila *forecasting* yang dibuat melebihi permintaan pasar maka akan menimbulkan biaya simpan yang berlebih terhadap perusahaan. Apabila *forecasting* yang dibuat kurang dari permintaan pasar maka akan menimbulkan kekecewaan konsumen dan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan laba. Masalah yang terjadi adalah permintaan dari konsumen tidak konstan, selalu berubah-ubah sehingga menimbulkan distorsi informasi (*bullwhip effect*). Perusahaan harus mensiasati keadaan ini dengan bijak dan penuh perhitungan.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar nilai *bullwhip effect* yang terjadi pada *fast moving item* divisi HABA & *TOILETRIES* di Assalaam *Hypermarket*. Setelah mengetahui nilai *bullwhip effect* yang terjadi penelitian terus dilakukan untuk mengetahui penyebab terjadinya *bullwhip effect* tersebut dan mencari usulan perbaikan agar meminimalisir terjadinya *bullwhip effect* di Assalaam *Hypermarket*. Selain

ketiga hal tersebut penelitian juga bertujuan mengidentifikasi *fast moving item* dan *slow moving item* di divisi HABA & *Toiletries*, mengetahui barang apa yang paling cepat penjualannya. Selain menghitung *bullwhip effect* pada rantai Assalaam – distributor, akan dibahas pula perhitungan *bullwhip effect* pada rantai Assalaam – Assgros. Assgros merupakan anak cabang dari Assalaam yang *supply* produknya dari Assalaam. Pada Rantai ini Assalaam berperan sebagai *supplier*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan yang bersangkutan.

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian ini pada dasarnya memiliki perumusan masalah yang melatar belakangi pelaksanaan penelitian, rumusan masalah pada penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- 1.2.1 Apa sajakah yang termasuk kategori barang *fast moving*?
- 1.2.2 Bagaimana hasil perhitungan *bullwhip effect* pada barang *fast moving*?
- 1.2.3 Apakah penyebab utama *bullwhip effect* tersebut?
- 1.2.4 Bagaimana usulan perbaikan untuk *bullwhip effect* tersebut?

1.3 Batasan Masalah

Fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi kategori *fast moving item* di divisi *Non Food Soft Line* Kategori Haba & *Toiletries*, menghitung nilai *bullwhip effect* barang *fast moving*, mengetahui penyebab utama terjadinya *bullwhip effect* dan bagaimana usulan perbaikan dari kasus *bullwhip effect* di Assalaam *Hypermarket* dengan data yang digunakan selama 12 bulan pada tahun 2015. Penelitian ini dilakukan dengan menghitung 40. Sampel produk penelitian ada 5 jenis produk, karena kelima produk tersebut terdapat pada kategori produk *fast moving* setiap bulannya. Assgross yang digunakan dalam penelitian hanya 2 Assgross yaitu Assgross Maksum dan Assgross Permata karena sudah cukup mewakili untuk penelitian.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan tujuan yang telah disusun oleh peneliti, tujuan tersebut antara lain sebagai berikut :

- 1.4.1 Mengetahui barang apa sajakah yang termasuk *fast moving item* pada divisi *Non Food Soft Line* Kategori Haba & *Toiletries*.
- 1.4.2 Menghitung besarnya nilai *bullwhip effect* pada barang *fast moving* pada divisi *Non Food Soft Line* Kategori Haba & *Toiletries*.
- 1.4.3 Mengidentifikasi penyebab utama terjadinya *bullwhip effect*.
- 1.4.4 Menganalisa hasil dari *bullwhip effect* dan menyusun usulan perbaikan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan tentunya memiliki manfaat, tidak hanya untuk mahasiswa penelitian ini diharapkan juga bermanfaat untuk banyak pihak, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.5.1 Bagi Mahasiswa
 - a. Mendapatkan kesempatan mengaplikasikan teori yang telah diperoleh di perkuliahan secara langsung.
 - b. Dapat membandingkan teori dengan praktik langsung di lapangan.
 - c. Mendapatkan pengalaman menangani kasus di dunia kerja.
- 1.5.2 Bagi Perguruan Tinggi
 - a. Dapat menjalin kerjasama dengan perusahaan tempat penelitian.
 - b. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terjun langsung mengetahui permasalahan di dunia kerja.
- 1.5.3 Bagi Perusahaan
 - a. Dapat menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi terkait.
 - b. Hasil dari penelitian dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penyelesaian penelitian ini, gambaran umum sistematis penulisan akan dijelaskan secara singkat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi akan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang beberapa teori yang digunakan dalam mendukung penelitian dan sebagai pedoman untuk menganalisa masalah yang diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum dari perusahaan dan pembahasan hasil penelitian tentang metode yang digunakan dan proses penyelesaian masalah.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisa dalam penelitian dan saran yang dapat dijadikan perbaikan dalam permasalahan dan gambaran umum tentang perusahaan.